

УДК 1 (091)

С.М. Іщук, аспірант

ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ: ІНФОРМАЦІЙНИЙ ЗМІСТ ТА ІГРОВИЙ ХАРАКТЕР

Гуманітарний інститут Національного авіаційного університету

Стаття присвячена дослідженню феномену Інтернет-комунікацій як новітнього типу комунікацій. Виявлено універсальні риси Інтернет-комунікацій та висловлено припущення про наявність в них ігрової компоненти.

Вступ

Необхідність ґрунтовного дослідження феномену Інтернет-комунікацій випливає із повсюдного їхнього залучення до процесів збереження, відтворення й передачі соціального досвіду. Інтернет-комунікація є новітнім атрибутом взаємодії людей у сучасному суспільстві та важливим чинником функціонування всіх його соціальних систем. Сучасний світ переживає комунікаційну революцію, в основі якої покладене розповсюдження Інтернет-комунікацій як таких, що найбільш адекватно відповідають вимогам глобалізованого світу. Їхня приналежність до феномену комунікацій означає наявність у них спільних з усталеними типами комунікацій родових ознак.

Втім, помилково вважати, що еволюція людини у бік homo electronicus і зростання потреби у високоперсоналізованій інформації мінімізували тенденції антропологізації людиною світу. З огляду на те, що одним із ймовірних варіантів розвитку культури доби постмодерну вважається тотальна деконструкція, ігрова трансформація різних сфер суспільного життя, варто дізнатися чи не спостерігаються вже сьогодні ці тенденції в Інтернет-комунікації? З цього випливає актуальність та філософська злободенність дослідження ігрової специфіки Інтернет-комунікацій.

Постановка завдання

Стаття є спробою виявлення родових та специфічних ознак Інтернет-комунікацій.

Огляд літератури

Відомо, що Інтернет-комунікації є малодослідженою у межах сучасної світової й вітчизняної філософії проблемою. Це пояснюється відносною новизною самого феномену. Відтак у дослідженні Інтернет-комунікацій варто послуговуватися основними методологічними підходами виробленими філософією відносно феномену комунікації загалом.

Дослідження комунікації як типу взаємодії між людьми тією чи іншою мірою представлене в межах класичної лінійної моделі комунікативного акту, репрезентованої в роботах Г. Лассвелла, К. Шеннона, Р. Якобсона тощо. Відповідно до даної моделі комунікація тлумачиться як одновекторний процес передачі інформації від адресанта до адресату. При цьому адресант кодує інформацію знаковими засобами тієї знакової системи, яка застосовується в даній формі комунікацій. А від адресата вимагається зворотня модель представлення змісту – декодування.

Інтерактивний характер комунікації обґрунтував М. Бахтін, який наполягав, що будь-яка комунікація є реакцією на попередній вислів і в свою чергу передбачає комунікативну реакцію на себе. На відміну від лінійної моделі інтерактивна концепція комунікацій обстоювала ідею обов'язковості діалогічності комунікації. Близькою до цього погляду є позиція Л. Виготського, який досліджував мову як засіб соціального спілкування і обстоював думку про первинність комунікативної функції мови.

Трансакційна модель комунікації представлена В. Шраммом. Він обґрунтовує уявлення про комунікацію як одночасний процес відправлення та прийняття повідомлень комунікаторами-співтворцями комунікативного акту. За таких умов комунікація перетворюється на процес складної та багатовекторної взаємодії адресанта та адресата, які виконують зазначені комунікативні функції одночасно.

Серед інших концепцій комунікації відмітимо феноменологічний підхід Е. Гуссерля, М. Мерло-Понті, А. Шютца, П. Бергера, Т. Лукмана. Ці автори досліджували феномен комунікації в контексті ідей інтерсуб'єктивності і життєвого світу. З позицій теорії комунікативної дії досліджує сутність комунікації Ю. Габермас, який досліджував комунікативну практику як передумову досягнення, збереження та поновлення консенсусу у суспільстві. На наш погляд, важливою є теорія комунікації М. Бубера, яка ґрунтується на подвійному співвіднесенні світу та людини. М. Бубер вважав, що дана амбівалентність є складною й багатоаспектною, адже є виявом не лише онтологічної подвійності світу, але й людини. Контроверзи „Я-Ти” та „Я-Воно” втілюють різноманітні комунікативні моделі самотності людини в світі та унеможливають абсолютну монологічність людського буття. Дещо по-іншому тлумачив комунікацію представник екзистенціалізму К. Ясперс. Він здійснив спробу віднайти й окреслити вихідні параметри комунікативної сфери людського буття у динаміці від комунікації реального буття до комунікації як способу людської самореалізації. Загалом екзистенціалізм, досліджуючи ідею асоціального буття самотньої людини, тим самим обґрунтовував монологічність людського буття. Чільне місце у дослідженні комунікацій належить концепції архіписма Ж. Деррида, який обґрунтував ідею несамототожності тексту як засобу передачі ідей, а відтак наполягав на неможливості існування абсолютно адекватної та успішної комунікації, що не спотворювала би сприйняття істини.

На жаль, в існуючих джерелах не здійснене філософсько-методологічне осмислення ігрової компоненти Інтернет-комунікацій. Окреслений факт обумовлює актуальність даної статті.

Основна частина

Термін „комунікація” індоєвропейського походження (від лат. *communico* – повідомлення, зв’язок, спілкування). Під комунікацією розуміють тип взаємодії між людьми, який передбачає інформаційний обмін, своєрідну „інформаційну кооперацію” [3, с.85] у різноманітних процесах спілкування. Цим словом позначають інформаційну компоненту спілкування на противагу інтерактивній (взаємодія та вплив суб’єктів спілкування) та перцептивній (сприйняття органами чуття) компонентам спілкування. У якості інформації тут виступають будь-які об’єктивні відомості про новколишній світ, людей, події, втілені у повідомленні. Під повідомленням у широкому сенсі цього слова розуміють „певну сукупність деяких знаків, які містять певну інформацію, що передається кимось комусь”[5, с. 23].

Важливо розуміти, що виокремлення об’єктивної, тобто інформаційної складової комунікацій, має цілком умовний характер. На наш погляд, процес передачі інформації неможливо розглядати ізольовано від людей – партнерів комунікативної дії. Основним призначенням комунікації вважається координація сумісної діяльності людей. Внаслідок комунікації здійснюється обмін почуттями, настроями, поглядами, які можуть впливати не лише на принципи подачі інформації, але й на її зміст.

Інтернет-комунікації належать до типу так званих масових комунікацій, від яких залежить систематичне поширення інформації серед великої кількості людей. Соціальними чинниками, які сприяли виникненню цього типу комунікації вважають глобалізацію та інформатизацію світу, які, поєднуючись з традиціями суспільства масового споживання, орієнтують людину на швидке „споживання” інформації у мережі Інтернет. Парадоксально, але мережа дивним чином поєднує в собі дві функції: генератора потреб та їхнього миттєвого атоматичного задовільнювача [2, с.49].

Інтернет-комунікація містить традиційні елементи комунікації, до яких належать:

- адресант (автор) та адресат (споживач) повідомлення;
- повідомлення, як знаково оформлений носій інформації;
- канал комунікації, тобто шлях, за допомогою якого відбувається зв’язок адресанта та адресата;
- комунікативний шум, як сукупність факторів, що перешкоджають та спотворюють передачу інформації;
- фільтри, які представляють собою обмеження, що накладаються на інформацію у вигляді внутрішніх чи зовнішніх табу чи цензури;
- зворотній зв’язок, як реакція адресата на повідомлення;
- контекст і ситуація, тобто об’єктивні та суб’єктивні передумови спілкування.

Послідовно розглядаючи зазначені елементи в контексті Інтернет-комунікації відмітимо, що цей тип комунікації здійснюється в умовах відсутності безпосереднього контакту адресанта та адресата із залученням письмового або звукового способу передачі інформації. Даний контакт може відбуватися між суб’єктами-індивідами; між окремим суб’єктом-індивідом та соціальною системою; між представниками різних поколінь; між ланками, підрозділами певної соціальної системи, яка представлена конкретними суб’єктами тощо. Інтернет-комунікація кожним із учасників здійснюється в реальному часі, але на „своєї” території, що передбачає спільність часових й порізненість просторових координат спілкування. Інтернет-комунікація може набувати форми формального й неформального спілкування, яке відбувається між двома або більшою кількістю людей.

При створенні Інтернет-повідомлення можуть застосовуватися одиниці як природних, так і штучних мов, а також позначки, схеми, малюнки, відео та аудіо сигнали тощо. Отже, у випадку Інтернет-спілкування основними каналами комунікації є зоровий та слуховий канали.

Комунікативними шумами у випадку Інтернет-комунікації виступають перебої у роботі Мережі, а також всілякого роду психологічні „шуми”, наприклад, у вигляді нерозуміння співрозмовниками один одного або упередженого (зневажливого чи навпаки поблажливого) ставлення до партнера по комунікації. Щодо фільтрів, які застосовуються в Мережі, то навряд чи тут йдеться про значний вплив „зовнішньої” (державної, національної, класової) цензури. Цей тип комунікацій здебільшого передбачає „внутрішню” цензуру, яка виражається у відборі людиною інформації для повідомлення з урахуванням не лише її фактичного змісту, але й власної позиції адресанта.

Важливими ознаками Інтернет-комунікацій є їх спроможність забезпечувати миттєве й багатовекторне, не обмежене у просторі розповсюдження інформації, яка має ацентричний характер. Завдяки цьому реалізуються прикладний й ідеологічний сенс Інтернет-комунікацій. У першому випадку йдеться про можливість повсюдного доступу людей до різноманітної інформації, що покликане задовільнити їхні пізнавальні, естетичні, світоглядні запити. Ідеологічний сенс полягає у спроможності Інтернет-середовища бути полем співіснування або перетину різних ціннісних парадигм, що створює плюральне середовище та

унеможлиблює кристалізацію будь-якої ідеологічної ортодоксії.

Інтернет-комунікація є результатом розвитку сутнісних сил людності. Вони не можуть існувати поза базовими феноменами людського буття. Це означає, що в Інтернет-комунікаціях як за змістовним, так і за організаційним наповненням повинен відбуватися синтез базових феноменів людського буття, чільне місце серед яких належать праці, владі, любові, грі та смерті. Змістовний вплив цих феноменів на інформаційний потік є очевидним. Отже, звернути увагу на більш складний організаційний мімесис, який передбачає залучення цих феноменів для формування принципів комунікації у Мережі.

На наш погляд, заслуговують уваги ігрові компоненти формування Інтернет-комунікацій. Згадаймо відповідне визначення гри Й. Гейзінга, згідно з яким грою вважається „добровільна дія або заняття, яке здійснюється всередині встановлених меж місця та часу за добровільно прийнятими, але обов'язковими правилами з метою, що міститься в ній самій. Гра супроводжується почуттям напруги та радості, а також усвідомленням іншого буття, аніж „буденне” життя”[4, с. 14].

Відомо, що гра виступає для людини квазі-реальністю, завдяки якій людина пізнає світ можливого й актуалізує власні бажання. Віртуальний простір Інтернету є нічим іншим як глобальною квазі-реальністю, альтернативним світом, доступним для сучасної людини. Подібними до ігрових є соціально-психологічні функції Інтернет-комунікацій – хоча й імітаційно, але реалізують ті стани та соціальні ролі, що недоступні для людини в повсякденному житті.

Механізмами такої актуалізації як у грі, так і у Інтернет-комунікації вважається свобода. Важливо, що передумовою актуалізації свободної комунікації в мережі є так звана внутрішня, екзистенціальна комунікація. Вона стосується глибинних смисложиттєвих орієнтацій людини та є актом самопізнання та діалогу людини з собою. На наш погляд, саме цей діалог з власним „Я”, коли в „суб'єктивності визріває духовна субстанція особистості” [1, с. 69] стає преамбулою комунікації з Іншим в тому числі мережі Інтернет.

У межах інтернет-комунікацій свобода виражається у формах звільнення від будь-яких форм як зовнішнього так і внутрішнього примусу, прагматичних артикуляцій, наявних соціальних ролей та соціальних стереотипів. Мається на увазі те, що в Мережі людина може спілкуватися поза межами власної тілесності, уникаючи ідентифікації за класовими, національними й навіть статевими ознаками. Інтернет-комунікації усувають як об'єктивні (наприклад, просторові), так і суб'єктивні (наприклад, сором'язливість) перепони для спілкування. Здійснюючись на засадах анонімного спілкування, вони мінімізують загрози упередженого або „нерівного” спілкування, тим самим вивільняючи найпотаємніші прагнення людини.

Наступним підтвердженням ігрової компоненти Інтернет-комунікацій є наявність тут двох реальностей: буденної та конвенційної. Буденна реальність Інтернет-комунікації впливає з того, що адресант та адресат є реальними людьми, що існують у межах реального часу-простору, мають вікові, статеві, національні та інші ознаки. Спілкування між ними, хоча й має опосередкований характер, але потребує певних вольових, інтелектуальних, емоційних зусиль. Конвенційна компонента Інтернет-комунікацій пов'язана з їх віртуальним характером й виражається в тому, що під час спілкування у Мережі людина дистанціюється від будь-яких вищезазначених ознак. Засобом її ідентифікації стає нік – умовно обране ім'я – маска, що вирізняє людину поміж інших суб'єктів спілкування. Варто зазначити, що нік не обов'язково відображає певні особистісні характеристики людини. Він може виражати позицію людини з окремої проблеми й застосовуватися ситуативно, в залежності від проблематики, що обговорюється на сайті. У такому випадку суб'єкт спілкування послуговується різноманітними, не пов'язаними один з одним, а інколи протилежними ніками. А може поводити себе й провокативно, висловлюючи протилежні позиції щодо одного й того ж питання. Це стає можливим через те, що Інтернет створює ілюзію психологічної реальності, у межах якої відтворюється окрема віртуальна конвенційна ситуація, до розв'язання якої й долучаються користувачі Мережі.

Свідченням ігрового характеру Інтернет-комунікацій є й те, що незважаючи на віртуальність спілкування у Мережі, захоплюючись, людина починає сприймати його досить реально. Про це свідчить гострота полеміки, яка спостерігається, наприклад, при обговоренні тих чи інших проблем на світоглядних сайтах. Складається враження, що на час обговорення учасники полеміки, відсторонившись від „першої”, цілком поглинаються „другою” реальністю. Окрім цього гра потребує від учасників дотримання певних правил, які можуть носити писаний або неписаний характер. Подібні правила спілкування існують на всіх сайтах. Важливо, що дія правил гри, обмежена часовими рамками й нівелюється із закінченням „гри”. У випадку Інтернет-комунікацій це відбувається, коли людина змінює співрозмовника, сайт або припиняє спілкування в Мережі.

Відомо, що гра не спрямовується на здійснення будь-яких змін у реальному світі, що і відрізняє її від діяльності. Інтернет-комунікація як специфічний спосіб обміну інформацією має на меті як утилітарні, так і неутилітарні завдання. Її утилітарність пов'язується з повсюдним застосуванням у бізнесі та навчанні. За таких умов Інтернет-комунікація передує й координує діяльність та стає потужним фактором соціально-економічного та політичного розвитку суспільства. Втім, переважна більшість віртуальних контактів у Мережі покликані задовольнити потребу індивіда не в діяльності, а в спілкуванні. Однак, на відміну від спілкування, яке часто має довільний характер, Інтернет-комунікація здійснюється у межах фіксованого нормативного простору, що дозволяє говорити про її приналежність до гри.

Окрім цього, гра є актуалізацією надлишкових сил людини, формою дозвілля, коли людина звільняється від будь-якої зовнішньої потреби. У більшості випадків комунікації у Мережі не детерміновані жорсткими потребами. За виключенням окремих випадків від їхньої актуалізації не залежать життя та здоров'я людей та їхня соціалізація, вона не є єдиним засобом задоволення пізнавальних, естетичних та інших потреб людини. Отже, загалом Інтернет-комунікації мають невимушений характер, що є ознакою ігрової діяльності.

Насамкінець, свідченням приналежності Інтернет-комунікацій як до спілкування, так і до гри, є те, що, за виключенням окремих випадків, вони дозволяють людині відчувати себе щасливою. Найрозповсюдженішими емоціями, якими супроводжується інформаційний обмін у Мережі є інтелектуальна зацікавленість, здивування, захоплення. Незважаючи на інтелектуальне забарвлення цих емоцій, процес Інтернет-комунікацій супроводжується пізнавальним азартом й задоволенням від пізнання істини. Як відомо, ці емоції є невід'ємними атрибутами гри.

На наш погляд, самореалізація людини у межах Інтернет-комунікацій відбувається на принципах гри-змагання, гри-імітації та гри-азарту.

У першому випадку йдеться про суб'єктів комунікації – суперників, коли в процесі комунікації здійснюється полеміка з тих чи інших питань. Дана комунікативна стратегія передбачає активність усіх учасників спілкування й має на меті перемогу одного із них. Даний тип комунікативної взаємодії повсюдно розповсюджений на тематичних сайтах при обговоренні світоглядних проблем. Ігрового звучання цьому обговоренню надає змагальність, яка не завжди ґрунтується на відповідних ціннісних позиціях, а подекуди має на меті саме протистояння.

Гра-імітація характеризується дещо іншою стратегією поведінки у Мережі. В її основі покладена дихотомія „актор-роль”, яка передбачає зосередженість суб'єкта спілкування (актора) на переконливому виконанні ролі. Це означатиме більшу комунікаційну інтроверсію, що впливає з того, що суперником актора є роль, а інші учасники комунікації є лише „глядачами”. Метою гравця-імітатора є постановка віртуального спектакля та виконання не притаманної йому у повсякденному житті ролі. За таких умов предметом імітації можуть бути світоглядні позиції, соціальний статус, вік і навіть стать. Критерієм успішності гри виступає довіра з боку „глядачів” і їхня готовність визнати автентичність створеного образу.

Гра-азарт протиставляє гравця випадку та долі. Найбільш драматичний варіант ігрової комунікації у Мережі, в основі якого зазвичай покладений певний комерційний інтерес, як, наприклад, у випадку гри на біржі. Як різновид „серйозної” гри характеризується високим ступенем організованості та ризику. Передбачає граничну активність учасників гри, що межує з психологічним виснаженням. Результатом такої гри, на відміну від попередніх типів, можна вважати не лише психологічні, але й цілком матеріальні дивіденти, які і є свідченням ігрової перемоги.

Висновки

Співставлення феномену Інтернет-комунікацій з грою як базовим феноменом людського буття дозволяє сформулювати такі висновки.

Комунікативні можливості Інтернету не тільки розширюють сферу спілкування й радикально трансформують сучасний соціокультурний простір, але й виявляють феномени людського буття як в соціальній, так і в особистісній проекціях.

Зокрема, впливовою є ігрова компонента організації Інтернет-простору, яка значною мірою визначає специфіку комунікації в Мережі. Серед найпомітніших ігрових елементів Інтернет-комунікацій відмітимо: поділ комунікативного простору Інтернету на дві сфери: реальну та віртуальну (квазі-реальну); надання квазі-реальній сфері ознак конвеційності; розгортання спілкування у межах конвеційної (квазі-реальної) площини з тимчасовим визнанням її реальності; наявність чітко детермінованих, але обмежених часом правил, які організовують спілкування у межах конвенційної реальності Інтернету; майже повсюдний неутилітарний характер Інтернет-комунікацій, які вважаються формою дозвілля, що покликана приносити відчуття щастя та радості людині.

Список літератури

1. Бубер М. Я и Ты // Два образа веры.- М.: АСТ, 1999.- С.24-122.
2. Ваганов А. Краткая феноменология Всемирной паутины // Общество и книга: от Гутенберга до Интернета.- М.: Традиция, 2000. - С.42-53.
3. Рац М. Книга в „информационном обществе”: о чем речь? Взгляд методолога // Общество и книга: от Гутенберга до Интернета.- М.: Традиция, 2000. - С.82-94.
4. Хейзинга Й. В Homo ludens. В тени завтрашнего дня: Пер. с нидерл.- М.:Прогресс, 1992.- 464 с.
5. Шнейдер В. Коммуникация, нормативность, логика.- Ек.: Изд-во Урал. Ун-та., 2002.- 250 с.